

Chapitre 1

LA COORDINATION PAR LE MARCHÉ

Notions clés.....

Le **marché** est le lieu de rencontre, réel ou virtuel, entre l'offre et la demande, quelles que soient la nature de l'offre et la nature de la demande. La notion de marché s'applique à l'offre et à la demande de biens ou de services, à l'offre et à la demande de capitaux, à l'offre et à la demande de travail, etc.

L'**offre** est l'ensemble des acteurs qui entrent en compétition avec une entreprise donnée. On distingue deux niveaux au sein de l'offre, la production et la distribution : la production est assurée par les fabricants (produits) ou les prestataires de services (services) ; la distribution est assurée par les intermédiaires chargés d'acheminer les biens depuis le lieu de production jusqu'au lieu de consommation.

La **demande** est constituée de l'ensemble des acheteurs potentiels. On distingue les consommateurs réels des consommateurs potentiels qui peuvent potentiellement consommer un produit ou utiliser un service même s'ils ne le font pas encore (non-consommateurs relatifs).

La **régulation par le marché** est un processus qui permet d'arriver à un équilibre entre l'offre et la demande, en général au moyen d'un prix dit d'équilibre. Le prix d'équilibre est celui qui permet la rencontre de l'offre et de la demande sur le marché.

Le **revenu primaire** est la fraction du revenu national qui est allouée aux agents économiques, en contrepartie de leur travail ou des capitaux qu'ils apportent, mais avant les opérations de redistribution.

La **redistribution**, dite aussi répartition secondaire, est la résultante de l'action de l'État et des organismes de Sécurité

sociale qui, en contrepartie des prélèvements obligatoires (impôts, cotisations et taxes), distribuent des prestations sociales. La redistribution qui incombe aux organes de la Sécurité sociale (redistribution horizontale) répond à une logique d'assurance (indemnités de chômage, par exemple) alors que la redistribution qui incombe à l'État (redistribution verticale) correspond à une logique de solidarité, voire d'assistance (RMI, par exemple).

Le **libéralisme économique** est une doctrine qui conseille la libre entreprise et la libre concurrence comme mode de régulation du marché. Selon cette doctrine, chaque agent est motivé par la recherche de son propre profit et la somme des intérêts particuliers permet de dégager l'intérêt général de la société toute entière. Cette doctrine s'oppose à l'interventionnisme étatique.

Le **PIB** est un agrégat qui représente le résultat de l'activité économique. Il correspond à la somme des valeurs ajoutées brutes des différentes branches d'activité et des impôts, moins les subventions sur les produits.

Rappel de cours.....

L'étude de la coordination par le marché peut se faire en distinguant :

- L'entreprise et l'offre sur les marchés de produits.
- Le ménage et la demande sur les marchés de produits.
- Le marché des produits.

L'analyse du marché débute par l'étude des conditions de l'offre émanant des entreprises et de la demande émanant des ménages. Elle se poursuit par l'examen des modalités de leur confrontation sur le marché des produits.

L'analyse du marché du travail permet, par ailleurs, de présenter un marché aux conditions de fonctionnement spécifiques : en effet, le déséquilibre macro-économique le plus important et le plus persistant concerne le marché du travail, sous la forme de chômage. Or, les causes de ce chômage concernent l'ensemble de l'économie : l'ampleur du phénomène implique un traitement économique et social de la part de l'État.

1. L'entreprise et l'offre sur les marchés de produits

L'offre de produits est fonction de la quantité disponible des **facteurs de production** et de leur qualité. Auparavant, pour produire, il fallait des machines, des matières premières, de l'énergie, du travail, du capital et de l'information pour pouvoir créer des biens et des services. Aujourd'hui, en plus de ces éléments qui restent indispensables, il faut mettre en place un réseau de communication, disposer d'un système de collecte des informations, organiser la circulation de l'information. C'est, en grande partie, ce qui explique l'utilisation devenue incontournable d'internet et du web dans un grand nombre d'entreprises.

La **décision de production** illustre la résolution du problème économique de l'entreprise, à savoir la recherche du profit. Par exemple, en théorie, le prix d'équilibre, sur un marché, permet d'arriver à l'égalité entre la quantité offerte et la quantité demandée car toutes les quantités offertes à ce prix d'équilibre sont vendues parce qu'elles correspondent exactement aux quantités demandées à ce même prix d'équilibre. Mais, pour que cette théorie soit validée empiriquement, dans les faits, il faut qu'un certain nombre de conditions soient réunies et il faut tenir compte d'un certain nombre de contraintes. Il faudrait que le consommateur dispose d'une information complète et non viciée sur l'ensemble des options que les entreprises lui proposent, ce qui est difficile dans les faits à réaliser. L'entreprise devrait aussi disposer d'une telle information pour pouvoir faire le choix des techniques productives qui lui assurent le meilleur profit, avoir les moyens financiers de les acquérir et un personnel formé à cette fin, ce qui, là aussi, correspond à une vision plus idéalisée que réelle des situations rencontrées habituellement sur les marchés.

Dans le même temps, l'entreprise doit faire face à toutes sortes de contraintes, technologiques, financières, sociales, environnementales, etc. Par exemple, non seulement le **cycle de vie** des produits se raccourcit, mais le cycle de vie des processus de production a lui aussi tendance à se raccourcir (contrainte technologique). L'entreprise est soumise, par ailleurs, en cas de **fonds propres** insuffisants pour faire face à l'ensemble de ses besoins financiers, à la politique des établissements de crédit en matière d'obtention de prêts qui,

notamment pour les PME-PMI, ne constitueront qu'une marge de manœuvre limitée (contrainte financière). Par ailleurs, les entreprises sont de plus en plus soumises à des contraintes environnementales et éthiques fortes. Ainsi, la décision de l'entreprise de s'implanter à l'étranger, du fait d'une opération de croissance externe, va avoir des effets, positifs ou négatifs, sur la zone où elle s'implante en termes d'emploi dans le pays d'origine (contrainte sociale) et dans le pays d'accueil. Les groupes de pression et les consommateurs seront attentifs à la nature de ces effets sur l'environnement (contraintes environnementales) : cette activité est-elle créatrice d'emploi ? Provoque-t-elle de la pollution ? Comment l'entreprise gère-t-elle ses déchets ? Il en va de même dans le domaine de l'éthique lors de la négociation avec les fournisseurs. Par exemple, la tendance de nombreuses entreprises plus particulièrement présentes sur les marchés étrangers est à édicter des chartes éthiques.

La production de l'entreprise est créatrice de richesse, évaluée par la **valeur ajoutée**. La valeur ajoutée de l'entreprise est la production de l'entreprise moins les consommations intermédiaires, c'est-à-dire les consommations qui ont permis d'arriver au produit fini.

Le **produit intérieur brut (PIB)** permet d'apprécier la création de richesses au niveau national : c'est la somme des valeurs ajoutées des entreprises résidentes sur le territoire national, quelles que soient leur nationalité. Le PIB est le principal agrégat de la comptabilité nationale. Mais il est toutefois imparfait, en particulier pour mesurer le bien-être des populations, car il mesure l'activité économique sur la base de la seule production, et non en fonction de l'intérêt ou des inconvénients de cette production (**externalités**). C'est parce que l'activité économique peut avoir des effets négatifs, en particulier en matière d'environnement, de santé ou de climat social que les contraintes, technologiques, financières, sociales, environnementales, etc. se font de plus en plus fortes. Puisque la comptabilité nationale prend en compte les dépréciations de biens (dépréciation du capital) lorsqu'ils sont utilisés dans le processus de production, certains économistes, tels M. Xavier Timbeau, de l'Observatoire français des conjonctures économiques (OFCE), préconisent d'appliquer la même logique au patrimoine environnemental, de façon à avoir une mesure en termes de croissance et de bien-être qui soit plus proche de la réalité.

2. *Le ménage et la demande sur les marchés de produits*

Les **ménages** interviennent sur le marché des produits en tant que consommateurs capables d'effectuer des choix. Ces choix sont contraints par leurs revenus et dépendent de leurs préférences. Sur ces questions, les économistes s'opposent.

Pour Milton Friedman, les ménages décident de leur consommation du fait de l'anticipation qu'ils font de leur revenu futur. En fonction de cette anticipation, ils établissent une moyenne censée définir le rythme de croissance de leur consommation. Dans la réalité cependant, les **revenus** peuvent évoluer moins rapidement que ce que les ménages avaient anticipé. Il en résulte un décalage qui met un certain temps à s'ajuster, temps pendant lequel les ménages peuvent puiser dans leur épargne pour ne pas faire trop baisser leur consommation. Dans la réalité, cependant, les ménages peuvent, à l'inverse, augmenter leur épargne parce qu'ils craignent pour eux-mêmes une aggravation au moins à court terme de leur situation, ce qui les incite à être prudents en augmentant leur épargne.

Pour Keynes, le niveau de la consommation des ménages dépend, pour l'essentiel, du niveau de leurs revenus ; et la fraction de revenu consacrée à la consommation diminue lorsque le revenu s'élève. Ainsi, la propension moyenne à consommer diminue au fur et à mesure que le revenu augmente et, parallèlement, que l'épargne augmente.

L'étude du revenu met en évidence la diversité de ses origines (travail, capital et propriété) et les enjeux de la répartition initiale entre les différents agents. Le processus de **redistribution** (ou répartition secondaire) mis en place par l'État modifie la répartition des revenus primaires : en effet, les seuls revenus primaires des ménages, ceux résultant du travail, du capital et de la propriété, ne correspondent que partiellement à ce dont disposent les ménages pour consommer et épargner. Si le paiement de leurs impôts vient diminuer leurs revenus, les cotisations sociales qu'ils paient permettent, en contrepartie, de verser des prestations, quelles qu'en soient la nature (indemnités de chômage, allocations familiales, retraites, remboursement de soins, etc.) et donc d'augmenter le revenu réel des ménages.

La décision de consommation et d'épargne illustre la résolution du problème économique du ménage : la plus grande satisfaction par une consommation immédiate ou différée. En effet, tous les produits et les services n'existent pas en quantité illimitée parce que certains d'entre eux sont rares, ce qui veut dire que les consommateurs (du moins certains d'entre eux) pourront être obligés de faire l'expérience de la rareté, alors que l'objectif des consommateurs est de satisfaire leur appétit de consommation. La consommation fait, par ailleurs, intervenir des critères sociaux et culturels parce que, au-delà de la fonction d'usage (on achète un bien pour pouvoir l'utiliser), la consommation a aussi une fonction symbolique (snobisme, statut social, par exemple). Cette fonction symbolique, dite aussi composante immatérielle de la consommation, dépend d'éléments tels que la marque, l'esthétique, le conditionnement, la qualité, etc.

3. *Le marché des produits*

L'étude de la répartition des dépenses de consommation et de son évolution permet d'éclairer la transformation des **modes de vie**. En effet, dans les années 1960-1970, ce sont surtout les besoins de base qu'une augmentation de la consommation a permis de satisfaire. Puis, à partir des années 1980-1990, la consommation des ménages s'est orientée vers la satisfaction de besoins plus élevés (les dépenses de communication pour avoir un nombre de chaînes de télévision plus important, l'accès à internet, etc.). Parallèlement, ce phénomène, appelé par certains sociologues, « surconsommation », a aussi généré ses réactions critiques (critique des excès de la société de consommation). Structurellement, au cours des 25 dernières années, les dépenses d'alimentation ont baissé et baissent encore régulièrement même si le développement de la précarité et la non-résorption de la pauvreté font que ce poste de consommation pèse lourd dans le budget de certains ménages modestes. Inversement, les dépenses concernant le logement augmentent régulièrement, tout comme les dépenses concernant les loisirs et l'éducation.

Les **échanges** de produits entre entreprises et ménages s'effectuent sur des marchés où se confrontent leur offre et leur demande, c'est-à-dire les quantités de chaque bien que les agents économiques sont respectivement prêts à vendre ou à acheter, à un

prix donné. Dans les faits, on trouve une multitude de cas différents de situations concernant l'**offre** : pour prendre les deux extrêmes, on peut avoir un seul offreur pour une multitude de demandeurs, ou bien à l'inverse, plusieurs offreurs pour un seul demandeur. Il faut donc bien distinguer l'état des lieux tel qu'il existe sur un marché donné des modèles théoriques : dans ce contexte, la loi de la concurrence pure et parfaite reste un modèle théorique qui fonde la loi de l'offre et de la demande selon la théorie économique classique.

Par ailleurs, grâce à l'incorporation de certains attributs spécifiques à tel ou tel produit, une entreprise peut occuper une position unique sur son marché qui pourrait lui donner le sentiment d'être en situation de monopole (tant que le procédé n'est pas copié) parce que les concurrents ne peuvent pas rivaliser avec elle, faute d'avoir intégré ces attributs dans leurs produits. Il s'agit d'une situation de concurrence monopolistique.

L'offre correspond aussi à la quantité de produits ou de services qu'un agent économique souhaite vendre à un prix donné. L'offre est donc une fonction croissante du prix car elle augmente quand le prix augmente.

La **demande** est la quantité de produits ou de services que les unités de consommation potentielles ont l'intention d'acquérir à un prix donné. La demande est une fonction décroissante du prix car elle augmente quand le prix baisse ou elle baisse quand le prix augmente. Mais d'autres éléments que le prix peuvent expliquer les variations de l'offre et de la demande. Normalement, toute hausse des prix devrait entraîner une baisse de la demande. Mais les effets de mode, la spéculation sur un marché ou une augmentation de la qualité qui, tous trois, se traduisent dans un premier temps par une augmentation du prix peuvent aussi se traduire par une augmentation de la demande.

Le **prix d'équilibre** est celui qui est supposé permettre la rencontre de l'offre et de la demande sur le marché. Si, sur les marchés, les prix s'ajustent afin de rendre compatibles les décisions d'offre et de demande des agents, le rôle du marché ne se limite pas à cette détermination du prix d'équilibre, d'une part parce que l'activité économique est constamment en mouvement, d'autre part parce que les prix des produits et des services sur le marché se

modifient sans cesse. Par exemple, une modification des conditions initiales (coûts de production pour l'offre, préférences et revenus pour la demande, par exemple) conduit à un nouvel équilibre et se traduit par une modification du prix. Ainsi, une augmentation de la production va affecter le marché des produits et pourra avoir des incidences sur d'autres marchés (marché des capitaux pour pouvoir investir, marché du travail pour pouvoir embaucher). Le marché ainsi décrit est le **marché concurrentiel** sur lequel les agents se réfèrent à des prix donnés.

D'autres situations sont souvent observées, telles que celles du monopole ou de l'oligopole, dont l'analyse permet de comprendre les interactions stratégiques entre entreprises : ces éléments ont été vus à la fois en classe de Première et en droit en classe de Terminale dans le chapitre sur le droit de la concurrence.



Pour aller plus loin

www.minefi.gouv.fr/DGCCRF/
www.conseil-concurrence.fr/

Sujet *Partie rédactionnelle*



Thèmes du programme d'économie

- La coordination par le marché : les facteurs de production, la décision de production de l'entreprise et la mesure de la production en classe de Première.
- La loi de l'offre et de la demande ; le mécanisme d'équilibre du marché concurrentiel ; la concurrence imparfaite : monopole, oligopole en classe de Première.
- Les revenus et la décision de consommation et d'épargne en classe de Première.